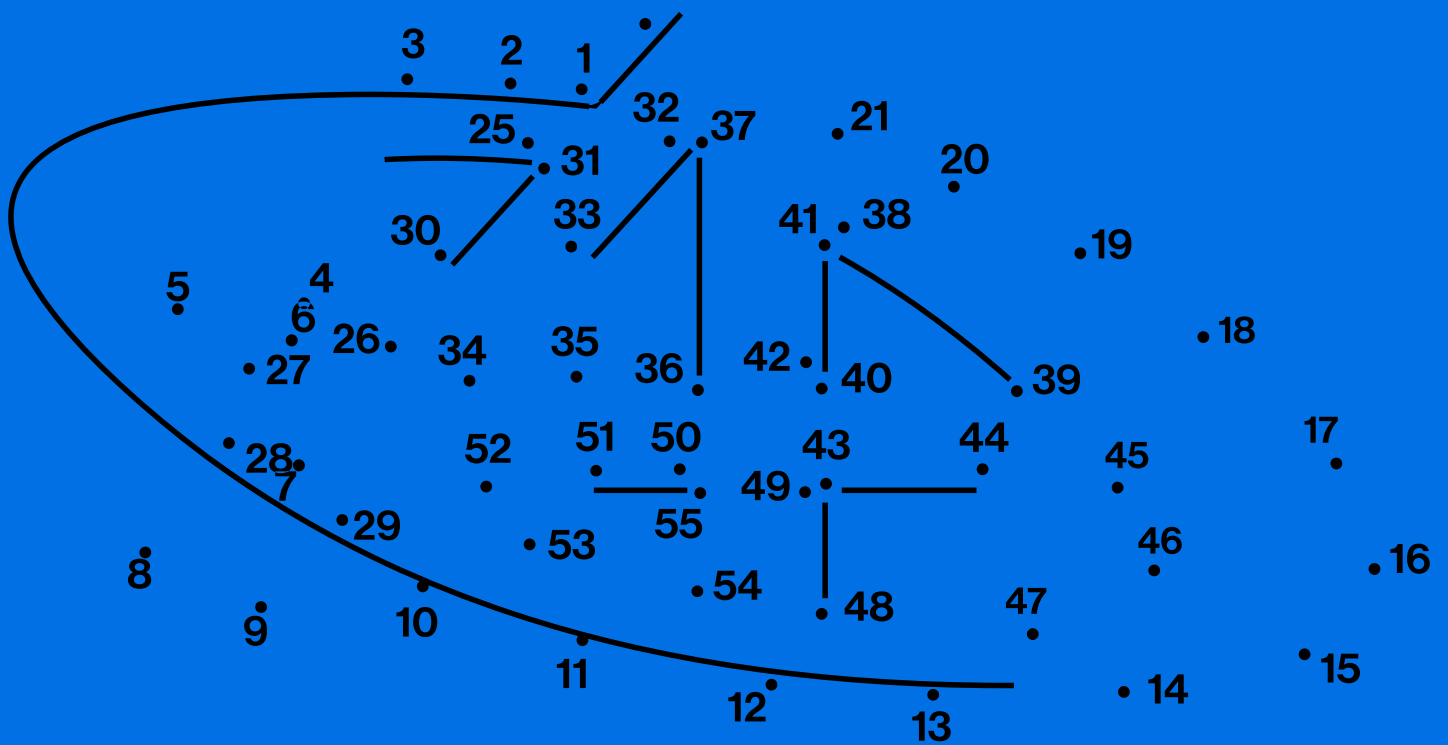


# PROJECTPLAN KANNAAL40



## SEIZOEN 2 & 3 (2023)

# Inhoudsopgave

<b>AANLEIDING</b>	<b>5</b>
<b>DOELSTELLINGEN</b>	<b>5</b>
<b>KANAAL40</b>	<b>6</b>
<b>Micropopcultuur</b>	<b>7</b>
<b>Online omgeving als inspiratiebron voor fysieke ruimte</b>	<b>7</b>
<b>PROGRAMMERING</b>	<b>8</b>
<b>Seizoen 1: Under construction (okt–mrt)</b>	<b>9</b>
<b>Seizoen 2 &amp; 3</b>	<b>10</b>
<b>Seizoen 2: Amsterdam’s micropopcultuur (apr–jun)</b>	<b>10</b>
<b>Seizoen 3: Politiek &amp; micropopcultuur (jul–sep)</b>	<b>11</b>
<b>REALISERING SEIZOEN 2 &amp; 3</b>	<b>11</b>
<b>POSITIONERING &amp; DOELGROEP</b>	<b>13</b>
<b>PLANNING &amp; TARGETS (2023-2025)</b>	<b>14</b>
<b>TOELICHTING FINANCIËN</b>	<b>14</b>
<b>Directe programma inkomsten</b>	<b>15</b>
<b>Subsidies en eigen bijdrage</b>	<b>15</b>
<b>Personeels en bedrijfslasten (voorbereiding)</b>	<b>15</b>
<b>Programma lasten</b>	<b>15</b>
<b>Personeelslasten (programma gelieerd)</b>	<b>15</b>
<b>ORGANISATIESTRUCTUUR</b>	<b>16</b>
<b>TEAM</b>	<b>17</b>
<b>Artistiek leider</b>	<b>17</b>
<b>Hoofd programma</b>	<b>18</b>
<b>Programmeur</b>	<b>18</b>
<b>GOVERNANCE CODE</b>	<b>18</b>
<b>FAIR PRACTICE</b>	<b>19</b>
<b>CULTURELE DIVERSITEIT</b>	<b>20</b>

**40 IS POLITIEK.**

**40 STAAT VOOR RADICALE GELIJKWAARDIGHEID.**

**40 IS EEN NETWERK.**

**40 IS REAL.**

**40 BEN JIJ. 40 ZIJN WIJ.**

**40 IS UNIVERSEEL.**

**40 IS GEEN INSTITUUT.**

**40 IS TEGEN GRENZEN.**

**40 IS EEN MERK VAN CULTUREN.**

**40 IS TEGEN DISCRIMINATIE OP BASIS VAN GENDER, ETNICITEIT, RELIGIE, SEKSUELE ORIËNTATIE, NATIONALITEIT, VALIDISME OF ANDERS.**

**40 IS VAN JOU ZOLANG JE STREEFT NAAR RADICALE GELIJKWAARDIGHEID.**

**40 BEWONDERT DE COMPLEXITEIT VAN GELIJKWAARDIGHEID.**

**40 IS VOORTDUREND IN TRANSITIE.**

**40 MATERIALISEERT IDEEËN EN VEREEUWIGD DROMEN.**

**40 IS EEN PLEK VOOR IEDEREEN.**

**40 IS DE PLEK VOOR ALLE AMSTERDAMMERS.**



## AANLEIDING

Amsterdam bevindt zich op een kantelpunt. Cultuur in Amsterdam verschaalt, podia en nachtcultuur verdwijnen al jaren uit het centrum en ook aan de randen van de stad is er geen plek. Er zijn onvoldoende betaalbare locaties voor nieuwe initiatieven en evenementen. De stad wordt steeds minder betaalbaar voor mensen die in de sector werken en voor hun publiek.

Deze inflatie beperkt niet alleen ruimtes voor programmamakers, collectieven en diversiteit in aanbod, maar drijft onder de stijgende kosten ook ticketprijzen omhoog waardoor de toegankelijkheid van nachtcultuur slinkt. Deze gevolgen van inflatie stimuleren sociale segregatie in de nacht. Veel podia zijn tijdelijk van aard of verdwijnen naar de randen van de stad, twee ontwikkelingen die beide de toegankelijkheid van (nacht)cultuur negatief beïnvloeden. Het centrum kent meerdere locaties die kwalitatieve (nacht)cultuur bieden, vele zijn echter gericht op de populaire vertalingen van house en techno. Geen van allen biedt structureel een alternatieve aanbod gericht op de progressieve vertakkingen van popcultuur (van muziek tot mode, van hiphop tot dansmuziek).

Om een antwoord te bieden op deze problemen is er noodzaak voor een nieuwe plek: een culturele locatie in het centrum die het programma realiseert door de huidige (westerse) conventies en ideeën over curatorschap, genres, kwaliteit etc. te bevragen en diverse wereldwijde invalshoeken te bieden. Een podium door laagdrempelige toegangsprijzen in combinatie met een divers programma toegankelijk is voor alle doelgroepen die de culturele industrie rijk is. Met het opnieuw toe eigenen van en het bieden van een veilige en inclusieve plek voor iedereen herstelt Kanaal40 deels de culturele verankering in de binnenstad.

Sinds de opening van cultuurpodium Kanaal40 in oktober 2022 is het voor het Amsterdamse cultuurland van grote toegevoegde waarde. De ligging aan de Warmoesstraat vergroot de

culturele huisvesting in het centrum. Doordat de toegangsprijzen gemiddeld 50% lager liggen dan overige podia is het programma voor iedereen toegankelijk. Het bevraagt structureel westerse conventies over curatorschap, kwaliteit en programma en creëert hiermee een divers aanbod aan cultuur, inclusief voor alle inwoners van Amsterdam. Bovendien vervult het podium een platformfunctie voor collectieven zonder vaste locatie. Door het aangaan van structurele samenwerkingen faciliteert Kanaal40 met het verstrekken van een presentatieruimte aan externe collectieven een oplossing in tijden van een schrijnend tekort aan ruimtes. Op de laatste plaats weet het zich duidelijk te onderscheiden van andere cultuurpodia, omdat Kanaal40 in direct contact staat met jeugdcultuur.

Door eerdere ervaringen met nachtclub Garage Noord weet de organisatie wat er speelt op straat, onder de nieuwe generatie creatieven die veelal hun weg vinden in de nachtcultuur omdat de drempel vaak elders te hoog ligt. Zie ook de nachtvisie van de Gemeente Amsterdam: Toekomst van de nacht (nachtcultuur in Amsterdam), waaraan de organisatie bij de totstandkoming ervan een actieve bijdrage heeft geleverd.

## DOELSTELLINGEN

De doelstellingen van Kanaal40 (Stichting 40Worldwide Foundation) zijn:

1. Het faciliteren van een toegankelijke en veilige ruimte waarin ieder individu zich vrij voelt om zich op authentieke wijze te uiten aan de rest van de wereld.
2. Het bevorderen en stimuleren van culturele kruisbestuiving tussen verschillende bevolkingsgroepen, culturen en subculturen om zo discriminatie tegen te gaan, alsmede het bevorderen van begrip voor andere bevolkingsgroepen, culturen en subculturen.
3. Het is de langetermijnambitie om met Kanaal40 een wereldwijd netwerk van gelijkgestemde gastcuratoren, cultuurmakers en franchises op te zetten om



zodoende micropopcultuur uit te wisselen en daarmee verschillende culturen en subculturen van over de hele wereld elkaar te laten ontmoeten en inspireren. Dit in zowel fysieke ruimtes als digitaal op muziekvideoplatforms. Het opbouwen van internationale netwerk is van groot belang om diversiteit aan invalshoeken en zienswijze op popcultuur te kunnen presenteren.

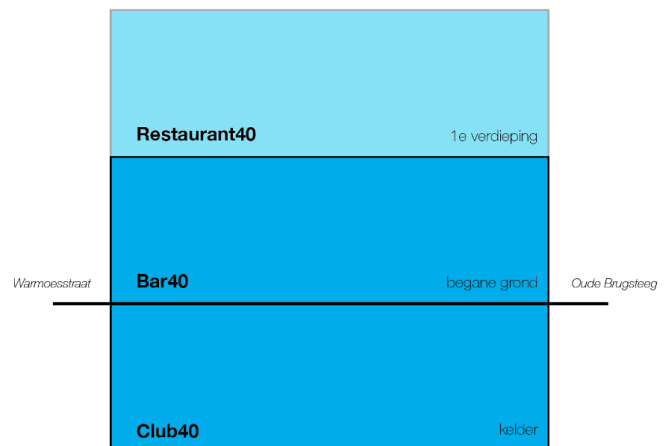
Op hoofdlijnen zal Stichting 40Worldwide Foundation deze doelstellingen verwezenlijken door programma en uitwisselingen te realiseren binnen de fysieke muren van Kanaal40 en het online platform kanaal40.tv, de plekken waar mainstream en underground elkaar ontmoeten. De focus ligt op de progressieve niche vertakkingen (underground) van bestaande popcultuur (mainstream) – van muziek tot mode en (digitale) kunstvormen. Het programma (clubavonden, concerten, talks en exposities) wordt jaarlijks verdeeld onder 4 seizoenen met ieder hun eigen thematiek waarin de huidige conventies en ideeën over curatorschap, programmering en kwaliteit worden bevraagd. De organisatie put uit de 5-6 jaar aan ervaring die het reeds heeft opgedaan met de exploitatie van Garage Noord in Amsterdam-Noord om deze plannen te realiseren.

Dit projectplan beslaat de aanvraag van het nieuwe cultuurpodium Kanaal40 voor subsidie bij het Amsterdams Fonds voor de Kunst, Prins Bernhard Cultuurfonds, VSBfonds en Fonds 21 ten behoeve van het project Kanaal40, bestaande uit seizoen 2 en 3 – met als thema's 'Amsterdam's micropopcultuur' en 'Politiek en micropopcultuur' – dat loopt van april t/m september 2023. Gezien het feit dat 40Worldwide Foundation momenteel financieel niet wordt ondersteund, is op basis van seizoen 1 en vooruitkijkend naar seizoen 2 en 3 duidelijk gebleken dat dit zowel financieel als artistiek-inhoudelijk geen houdbare situatie is. Enkel met een aanvullende financiële bijdrage door de lokale overheid en extra middelen uit publieke en private fondsen kan de organisatie de in de aanvraag beschreven activiteiten tot uitvoer brengen. De organisatie neemt de

commissieleden graag mee in een verdieping over de missie van Kanaal40 en de realisering van het project.

## **KANAAL40**

Kanaal40 is een cultuurpodium met platformfunctie waar mainstream en underground elkaar ontmoeten. Een interdisciplinaire ruimte voor muziek, kunst en cultuurprogramma's, een projectpresentatie- en residentieruimte, een kunst-, muziek- en performancepodium. Gelegen in een monumentaal pand in het hart van Amsterdam verwelkomt 40Worldwide Foundation mensen met verschillende achtergronden. 40Worldwide Foundation ziet het als verantwoordelijkheid om in het centrum van Amsterdam voor iedereen een plek te bieden. Met ingangen aan de drukke Warmoesstraat en de Oude Brugsteeg is het een plek waar Amsterdammers de afgelopen tien jaar weinig kwamen, maar dat wordt nu anders: Kanaal40 is de nieuwe hotspot voor mensen uit de buurt en de rest van de stad in een buurt die jarenlang culturele uitholling heeft gekend.



De fysieke ruimte is gevestigd in een monumentaal pand met drie verdiepingen aan de Warmoesstraat 66 in Amsterdam (stadsdeel centrum) die toegang geeft tot het restaurant, de bar en het podium. Aan de andere zijde (Beursplein 1) ligt het openbaar toegankelijke Cafe40, dit valt buiten Kanaal40 en is een eigen entiteit. Stichting 40Worldwide Foundation richt zich op het realiseren van projecten, programma en uitwisselingen die



gepresenteerd worden binnen de verdiepingen van de bar en club, en de online omgeving kanaal40.tv. De gecombineerde fysieke ruimtes (bar40 en club40) bieden ruimte aan maximaal 200 bezoekers per avond. De overige horeca inspanningen (restaurant40) vallen buiten de scope van Stichting 40Worldwide, maar het restaurant fungeert wel als belangrijke ontmoetings- en inspiratieplek voor gelijkgestemden. Voor een gedetailleerde organisatorische toelichting zie de hoofdstukken organisatiestructuur en governance.

Naast de culturele verankering in de binnenstad maakt Kanaal40 ook een vuist tegen de huidige inflatie en bewaakt toegankelijkheid van het culturele aanbod door entreprijzen beneden marktgemiddelde aan te bieden (gemiddeld 11 euro per avond). Hierdoor blijft de entree voor iedereen toegankelijk in tijden van hoge inflatie en stijgende prijzen.

### **Micropopcultuur**

Aan de basis van de programmering staat micropopcultuur. Micropopcultuur wordt gedefinieerd als cultureel progressieve niche-uitingen voor een specifieke doelgroep met een universele aantrekkingskracht binnen de bestaande kaders van mainstream popcultuur. Sinds de begin jaren 2010 worden de meeste microgenres met elkaar in verband gebracht en gedefinieerd via verschillende kanalen op het internet, meestal als onderdeel van het genereren van populariteit en hype voor een nieuw waargenomen trend. Internationale voorbeelden zijn o.a. chillwave, future garage, hyper pop, blog en witch house, vaporwave, cloud en mumble rap.

Micropop representeert de progressieve niche binnen algemene popcultuur, en representeert daarmee intrinsiek thematiek gekoppeld aan huidige maatschappelijke vraagstukken dan wel de toekomstig gewenste inclusieve staat van de mainstream. Denk op lokaal niveau aan de volgende voorbeelden: slaapkamerrappers binnen de hiphop, tot vrouwelijke glam-drillers in de veelal mannelijk gedomineerde drill scene, tot Dutch ballroom (een spinoff van de wijdverspreide Amerikaanse ballroomscene),

tot underground stromingen binnen het grootste Afrikaanse genre afrobeats, tot de queer-left revival van Nederlandse overheersend masculine hardstyle scene. Jonge, opkomende makers die popcultuur als inspiratie nemen en hun eigen progressieve variant creëren.

Deze lokale niche-stromingen (underground) die voortkomen vanuit wereldwijde popcultuur (mainstream) verschillen per werelddeel, land en scene, maar communiceren allen met elkaar vanuit de gemeenschappelijke deler waaruit zij geëvolueerd zijn (popcultuur). Hierdoor kunnen wereldwijd wisselende opvattingen en conventies over progressiviteit binnen popcultuur met elkaar worden vergeleken en doelgroepen elkaar inspireren.

Door verschillende popculturen op microniveau, ofwel micropop, op te sporen en een podium te geven, bevraagd 40Worldwide Foundation culturele conventies en vanzelfsprekendheden. 40Worldwide Foundation probeert hierdoor buiten de ideeën van westerse superioriteit naar cultuur te kijken. Daarbij worden vragen gesteld als: wat is de sfeer wanneer iets als sfeervol wordt ervaren? Wat zien we als gepast? Wat telt als kwaliteit? Wat is tegencultuur? Wanneer is iets toegankelijk en wanneer is iets high-end, en wie maakt dat onderscheid? Wie bepaald wat of wanneer iets cool is?

### **Online omgeving als inspiratiebron voor fysieke ruimte**

Internet wordt elke dag toegankelijker voor een grotere groep mensen. Hierin neemt de gelijkwaardigheid steeds verder toe: arm of rijk, om mee te kunnen doen is een smartphone met internetverbinding voldoende. Zo worden op microniveau voortdurend nieuwe muziekvideo's uitgebracht; hiermee is tegenwoordig bijna iedereen in staat micropopcultuur te maken of beïnvloeden.

Micropopcultuur – van muziek tot mode en (digitale) kunstvormen – uitwisselen de hoofdactiviteit van 40Worldwide Foundation. Hiermee wil het een stimulans bieden aan een



een fenomeen wat online reeds aanwezig is maar in de fysieke wereld nog achter blijft. Elkaar wereldwijd inspireren door middel van het uitwisselen van deze cultuur is iets wat binnen de digitale omgeving van bijvoorbeeld YouTube al lijkt te lukken, maar in het huidige landschap van cultuurpodia en presentatie-instellingen nog nauwelijks. Dit maakt dat 40Worldwide Foundation zoekt naar manieren om de digitale omgeving van YouTube te vertalen naar de fysieke ruimte. Het muziekvideo-platform kanaal40.tv staat symbool voor de inspiratie die de jongerencultuur van nu belichaamt. Deze jongeren vinden elkaar online en kijken over grenzen heen, ze zijn veel meer één dan generaties hiervoor.

Met YouTube als eindeloze inspiratiebron zoekt 40Worldwide Foundation naar verschillende kleuren, smaken, stijlen en geluiden van over de hele wereld, om deze samen te brengen in een hedendaagse mix. Zodoende brengt 40Worldwide Foundation verschillende micropopculturen met elkaar in contact zonder de specifieke autonomie ervan aan te tasten. Door het online muziekvideo-platform te combineren met de fysieke ruimte slaat 40Worldwide Foundation een brug tussen de digitale en de fysieke wereld van micropopcultuur. 40Worldwide Foundation bouwt verder op de kracht van micropopcultuur om mensen wereldwijd met elkaar in contact te brengen en programma te maken voor en door mensen van alle leeftijden, geslachten, religieuze, sociale en culturele achtergronden.

Naast het fysieke programma wordt in het bargedeelte, gelegen op de begane grond, kanaal40.tv uitgezonden middels The Curve of Culture, een interactieve video-installatie ontworpen door beeldend kunstenaar Meeus van Dis. The Curve of Culture doet real-time verslag van wat er in de digitale wereld van micropopcultuur gebeurt en is daarmee een belangrijke drager van het merk 40.

## **PROGRAMMERING**

De programmering van 40Worldwide Foundation zoekt grenzen op waarbij het focust op discussie- en cultuurprogramma's

(40talks), kunstexposities (40exhibitions), concerten en live-acts (40concerts) en clubavonden waarin alternatieve popmuziek centraal staat (40nightlife). In de totstandkoming van deze programmering laat 40Worldwide Foundation partners actief meedenken. Het muziekvideo-platform kanaal40.tv, waarop gecureerde playlists met focus op micropopmuziek en subculturen worden gepresenteerd, is het online equivalent van de fysieke ruimte. Hiermee wil 40Worldwide Foundation grensoverschrijdende kunst- en muziekstromingen en subculturen een meer zichtbare plek geven.

Het muziek- en cultuurprogramma wordt vormgegeven door 40Worldwide Foundation hoofd programma Bram Owusu en programmeur Hala Namer, maar er wordt ook structureel samengewerkt met collectieven uit Amsterdam die staan voor meer dan alleen muziek. Crews die echt een subcultuur vertegenwoordigen zoals The Platform, Sexmatters, Provoke, Mokum Kraakt, Subbicultcha!, Ondrogron, House of Vineyard, GLAMCULT en The Gang Is Beautiful. De focus in zowel de muziek- als kunstprogrammering ligt op micropopcultuur van over de hele wereld. Hierbij is extra aandacht voor het boeken van en samenwerken met artiesten en makers uit gemarginaliseerde groepen, d.w.z. BIPOC, queer en vrouw. De programmalijnen worden dermate breed opgezet dat verschillende subculturen en mensen die geïnteresseerd zijn in eigentijdse cultuur zich erin kunnen herkennen. Zo wordt er naast de eigen programmering veel ruimte geboden aan partners, conceptuele promotors, collectieven, cultuurmakers en artiesten.

De begane grond vormt de ontmoetingsplek van Kanaal40. Hier hangt de video-installatie The Curve of Culture van beeldend kunstenaar Meeus van Dis waarop micropop muziekvideo's te zien zijn: een belangrijk aspect van het Kanaal40-concept. Hier cureren gastcuratoren van over de hele wereld playlists met muziekvideo's uit allerlei micropopculturen. Van afro tot hyperpop, van reggaeton tot amapiano en drill. Met YouTube als eindeloze



inspiratiebron zoekt 40Worldwide Foundation naar verschillende kleuren, smaken, stijlen en geluiden van over de hele wereld, om deze samen te brengen in een hedendaagse mix. Zodoende brengt 40Worldwide Foundation verschillende micropopculturen met elkaar in contact zonder de specifieke autonomie ervan aan te tasten.

Om de eerder genoemde doelstellingen te realiseren werkt 40Worldwide Foundation per kalenderjaar in vier seizoenen met steeds een omkaderde thematiek. Deze thematiek geeft weer waar 40Worldwide Foundation zich mee bezighoudt en over welke maatschappelijke en politieke ontwikkelingen het zich ontfenmt. De vier seizoenen zijn de plek waar mainstream en underground elkaar ontmoeten.

Binnen een seizoen worden o.a. de volgende onderzoeksvragen gesteld: Hoe geeft micropopcultuur ruimtes vorm en beïnvloedt daarmee politieke trends? En hoe zien we dat mensen zich verenigen via digitale platforms en achtereenvolgens digitale en online ruimtes op het internet vormgeven? Hoe kijken we naar activisme binnen micropopcultuur? Wat is de diepere laag wanneer het gaat om creëren vanuit noodzaak? Maar ook: hoe kan micropopcultuur helpen om de wereld en politieke realiteit even te vergeten? Hoe kan micropopcultuur ons verenigen? Wat zijn de laatste politieke trends en ontwikkelingen binnen het Amsterdam cultuurveld en nachtleven? Hoe is jeugdcultuur ondervertegenwoordigd binnen conventionele politiek? Wat maakt een culturele plek aantrekkelijk voor verschillende groepen? In hoeverre is het mogelijk om bepaalde groepen en/of subculturen in te sluiten zonder andere groepen buiten te sluiten? Welke groepen stellen welke voorwaarden? En hoe zorg je ervoor dat het aanbod in micropopcultuur aantrekkelijk is voor verschillende (sub)culturen en sociale klassen?

### **Seizoen 1: Under construction (okt-mrt)**

In seizoen heeft de organisatie met zeer beperkte financiële middelen onder de

werktitel 'Under construction', vanuit de doelstelling hoe geven we het merk inhoud en hoe brengen we deze inhoud over op publiek, met name gefocust op lokaal talent en het aangaan van samenwerkingen met Amsterdamse interdisciplinaire collectieven zoals Metro54, The New Originals, The Platform, The Gang Is Beautiful, Subbaculcha!, ORDER Collective, Alles lifestyle en San Serriffe.

Het reeds lopende seizoen 1 vormde een geslaagde maar ook moeizame opstartperiode waarin alle programma-onderdelen en werkprocessen werden getest en geoptimaliseerd. Terugkijkend op dit seizoen geeft het een realistisch beeld van waar de obstakels liggen en wat de organisatie op eigen kracht kan realiseren aan programma zonder een beroep te doen op extra financiële middelen en subsidies. Zo was er maar zeer beperkt ruimte voor concerten, buitenlandse acts, interactieve programma's en kunstprogrammering, dat in deze fase vooral mogelijk werd gemaakt door derden die al subsidie ontvangen of in staat zijn te investeren met eigen middelen of op basis van goodwill.

Gezien het feit dat 40Worldwide Foundation momenteel financieel niet wordt ondersteund, is op basis van seizoen 1 en vooruitkijkend naar seizoen 2 en 3 duidelijk gebleken dat dit zowel financieel als artistiek-inhoudelijk geen houdbare situatie is. Zo wordt het behalen van de geformuleerde doelstellingen nu bijvoorbeeld nog beperkt door een te krap programma- en personeelsbudget en kunnen er geen duurzame samenwerkingen worden aangegaan met derden. Ten slotte wordt de beoogde doelgroep door een gebrek aan effectieve marketing- en communicatiemiddelen zowel in aantallen als in de breedte nog onvoldoende bereikt. Enkel met een aanvullende financiële bijdrage door de lokale overheid en extra middelen uit publieke en private fondsen kan de organisatie de in de aanvraag beschreven programmering tot uitvoer brengen.





### **Seizoen 2 & 3**

Op basis van seizoen 1 worden binnen seizoen 2 & 3 in relatie tot micropopcultuur twee thema's onderzocht. Seizoen 2 centraliseert micropop binnen Amsterdam en seizoen 3 focust zich op de relatie tussen micropopcultuur en de politiek.

Samengevat formuleert de organisatie voor seizoen 2 & 3 de volgende doelstellingen:

1. Uiting geven aan en onderzoeken wat Amsterdamse micropop kenmerkt. Obstakels identificeren en reflecteren op de invloed op de buurt, grootstedelijk Amsterdam en Amsterdam als wereldstad.
2. Het opnieuw toe eigenen van de Amsterdamse binnenstad en het bieden van een veilige en inclusieve plek voor iedereen.
3. Onderzoeken hoe Europese jeugdcultuur diversiteit, inclusie, sociale veiligheid en identiteitsvorming opnieuw vormgeeft binnen een digitaal tijdperk.
4. Met de vorming van de identiteit van moderne jeugdcultuur uiting geven aan nieuwe gevoelens van vrijheid en een politiek-maatschappelijke visie.

Middels het realiseren van deze doelstellingen komt Kanaal40 weer een stuk dichterbij in het verwezenlijken van een toegankelijke en veilige ruimte, het bevorderen en stimuleren van culturele kruisbestuiving en de langetermijnambitie om met Kanaal40 een wereldwijd netwerk van gelijkgestemde gastcuratoren, cultuurmakers en franchises op te zetten.

### **Seizoen 2: Amsterdam's micropopcultuur (apr-jun)**

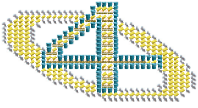
Het programma van seizoen 2 is de uiting van en een verder onderzoek naar deze 'nieuwe' Amsterdamse micropop door het aanbieden van een podium en het bevragen van de bestaansvorm: Wat kenmerkt Amsterdamse micropop? Wie biedt micropop ruimte? Waar en in welke mate? En waar liggen de obstakels? Ook reflecteren we op de invloed van dit programma op de buurt, grootstedelijk

Amsterdam en Amsterdam als wereldstad. Tegelijkertijd is dit programma een viering van 'de terugkeer naar de binnenstad', waarbij jeugdcultuur, makers en Amsterdammers de stad opnieuw toe eigenen.

Kanaal40 heeft gemerkt dat door de inflatie van commerciële ruimte in Amsterdam, het voor bepaalde micropop collectieven moeilijk is om een plek te vinden om hun gemeenschappen collectief te delen. Hierdoor is er weinig ruimte om te groeien voor jonge kunstenaars. Met seizoen 2 en 3 wil de organisatie daarom dieper in deze verschillende micropopculturen duiken en ruimte geven voor culturele uitwisseling. Binnen de programmering zal er nauw worden samengewerkt met collectieven en individuen om binnen clubavonden, randprogramma, paneldiscussies, workshops en tentoonstellingen het belang van de lokale culturele diversiteit die Amsterdam zo eigen is te benadrukken.

Amsterdam kent een zeer omvangrijke en diverse micropopcultuur (voorbeelden van genres zijn afrotek, amapiano, Pc music, hyperpop, deconstructed club), die deels overeenkomt met micropopcultuur uit buitenlandse steden en metropoolgebieden wereldwijd maar tegelijkertijd ook heel eigen is en uniek. Daar waar o.a. migrantenstromen uit voormalig koloniën en MTV-invloeden bepalend zijn voor de mengelmoes die Amsterdam is, heeft YouTube zich de laatste jaren ook hier expliciet doen gelden. Vanuit een nieuwe, niet te negeren generatie jongeren is een buitengewoon open jeugdcultuur ontstaan met een enorme nieuwsgierigheid en bereidheid nieuwe uithoeken te verkennen van wat micropopcultuur kan zijn, betekenen en bewerkstelligen.

De afgelopen jaren is de stad Amsterdam hierdoor getuige geweest van een nieuwe golf van verschillende identiteiten binnen micropopcultuur: van slaapkamerrappers, tot vrouwelijke glam-drillers, tot Dutch ballroom, tot underground afromuziek, tot queer-left revival van Nederlandse hardstyle. Allemaal gevolgd door een sterke visuele representatie



en identiteitsexpressie die zich verbindt met andere aan het internet ontsprongen micropopcultuur wereldwijd. Veelal Amsterdamse kids, queer jongeren van kleur en zogenaamde internet natives, die hun eigen culturele Sci-Fi machinerie samenstellen om zo te ontsnappen aan een uitgeput toekomstperspectief en te reizen naar nieuwe buiten- en binnenwerelden.

Seizoen 2 wordt gekenmerkt door een interdisciplinaire weekender van 11 t/m 14 mei waarin Amsterdam's micropopcultuur centraal staat (zie realisatie en bijlagen voor volledig programma).

### **Seizoen 3: Politiek & micropopcultuur (jul-sep)**

Seizoen 3 wordt gekenmerkt door een interdisciplinaire EU40 weekender van 21 t/m 23 september in samenwerking met PROVOKE, Voodooclub Madrid, 99 Ginger Paris, We Are Akeem Milan en &ce Recless Paris. Gen-Z is door de mogelijkheden van het internet in mindere mate afhankelijk van door Amerika gedomineerde televisie en film. Europese grote steden hebben ieder een specifieke jeugdcultuur ontwikkeld die; hoewel per stad verschillend, overlapt met jeugdcultuur in andere Europese steden. Dit maakt dat we kunnen spreken van specifieke 'Europese jeugdcultuur'.

Binnen EU40 onderzoeken en vieren we deze Europese jeugdcultuur. We zoomen in op diversiteit, inclusie, sociale veiligheid en identiteitsvorming in een digitaal tijdperk. Uitgaan en elkaar ontmoeten is politiek. Feministische evenementen zijn politiek. Safer spaces zijn politiek. Queerness is politiek. Blackness is politiek. Counter culture is politiek. De wooncrisis is politiek. Feesten als een daad van verzet, alles is politiek. Het is nu dat de lokale Nederlandse DJ een Senegalese trapsong draait met repetitieve mbalax drums en teksten in Wolof maar met de Amerikaanse flow van rapper Pop Smoke erbij, dat we nieuwe hoogten bereiken in de specificiteit van de gevestigde globalisering en hierbij getuige zijn van de groeiende invloed van de

micropopartiest en de opkomst van een bredere cultuur die daarmee gepaard gaat.

Nauw verbonden met de vorming van de identiteit van de moderne jeugd is het meer dan verfrissend om te zien hoe nieuwe gevoelens van vrijheid in onze ruimtes tot uiting komen. Net zoals Bob Dylan de politieke stem was van de boomers, Rage Against the Machine de stem van Gen-X en 2Pac die van de millennials, zal Gen-Z zijn eigen politieke stemmen hebben die ons onthullen wat de kernwaarden zijn van een nieuwe generatie. Met seizoen 3 streeft Kanaal40 naar onderzoek en helpt daarmee een moderne, veilige ruimte te bieden waar deze stemmen gehoord kunnen worden.

Voor seizoen 4 wordt apart subsidie aangevraagd en extra financiële middelen geworven maar gaat in grote lijnen over de (fysieke) toegankelijkheid van (micro)popcultuur, zowel lokaal als (inter)nationaal. Met dit seizoen wordt er met de learnings van seizoen 2 en 3 verder gebouwd aan een internationaal netwerk buiten Amsterdam. Er wordt onderzocht hoe we zo efficiënt en duurzaam mogelijk samenwerkingen kunnen opzetten met makers, collectieven en culturele ondernemers van over de wereld.

### **REALISERING SEIZOEN 2 & 3**

Voor het behalen van de eerder genoemde projectdoelstellingen wordt er een zo breed mogelijk cultuurprogramma gerealiseerd. Intern worden er programma's gecureerd o.l.v. artistiek leider Moktar Nabil, hoofd programma Bram Owusu en programmeur Hala Namer. Extern wordt er samengewerkt met partners, collectieven, organisaties en cultuurmakers. Deze samenstelling van cultuurmakers moet ervoor zorgen dat een veelheid aan doelgroepen en subculturen zich kan herkennen in de programma's.

Met de programma's voor seizoen 2 en 3 (april t/m september 2023) duikt Kanaal40 dieper in wat Amsterdam te bieden heeft aan culturele rijkdom diversiteit op het gebied van micropop en reflecteert het op de politieke context en



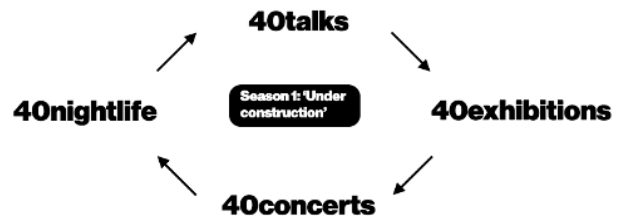
toegankelijkheid van het eigen programma. Aan de hand van deze thematiek wordt de artistieke koers van het programma bepaald. Binnen het programma wordt te allen tijde gekeken hoe programmaliijnen met elkaar crossovers aangaan. De thematiek dient daarnaast als framework voor zowel de strategische- als de artistieke koers. Het programma wordt gekenmerkt door een aantal unieke series evenementen en er worden actief nieuwe samenwerkingspartners gezocht.

Met de benodigde extra financiële middelen en subsidies kan meer, gericht en inhoudelijk sterker en relevanter programma worden gerealiseerd op meerdere dagen gedurende de week. Waar de organisatie het nu moet hebben van de ticketverkoop van de vrijdag en zaterdag kunnen we met de extra financiële middelen en subsidies ook op doorde-weekse dagen programma maken voor een zeer diverse en uiteenlopende doelgroep. Daarnaast hopen we met de benodigde extra financiële middelen en subsidies de thematiek van de seizoenen nog beter over te kunnen brengen gezien we niet meer enkel gebonden zijn aan commerciële impulsen. Zo ontstaat er binnen de programming ook meer ruimte voor debat, verdieping en randprogramma in de vorm van bijvoorbeeld talks en gatherings. Op de laatste plaats stelt het de organisatie in staat om binnen de programmering lokale artiesten af te wisselen met internationale artiesten en te bouwen aan een internationaal netwerk van gelijkgestemden.

De programmering voor seizoen 2 & 3 wordt verdeeld in de volgende programmaliijnen:

1. 40concerts: concerten en live-acts.
2. 40nightlife: interdisciplinaire concepten en samenwerkingen rondom jeugdcultuur.
3. 40talks: verdiepend programma met bijvoorbeeld talks, lezingen en panels.
4. 40exhibitions: zowel intern- als extern gecureerde exposities en performances.
5. 40connects: verbindt jongeren vanuit verschillende (buiten)wijken in Amsterdam.

**worldwide  
foundation**



Ieder seizoen kent een doorlopend programma van woensdag tot en met zondag. Een weekprogramma komt er als volgt uit te zien (zie programma in bijlagen voor de concrete invulling en een volledig overzicht):

1. Woensdag: talks, concerten, voordrachten, exposities, performances.
2. Donderdag: talks, concerten, voordrachten, exposities en performances.
3. Vrijdag (dag): samenwerking met lokale en internationale collectieven met talks, concerten, exposities en performances aansluitend op de nacht.
4. Vrijdag (nacht): clubavond met lokale en internationale artiesten.
5. Zaterdag (dag): samenwerking met lokale en internationale collectieven met talks, concerten, exposities en performances aansluitend op de nacht.
6. Zaterdag (nacht): interdisciplinaire samenwerking met lokale en internationale collectieven.
7. Zondag: samenwerking met lokale en internationale collectieven met talks, concerten, voordrachten, exposities en performances.

Beide seizoenen worden naast hun reguliere weekprogrammering gemarkeerd door een seasonal weekender waarin makers en sprekers worden uitgenodigd voor een vierdaags programma rondom Amsterdamse micropop en de eerder genoemde thematiek per seizoen. Hierbij wordt Kanaal40 geactiveerd voor exposities, optredens, concerten en educatieve programma's. Hiermee geven we ruimte aan lokale curatoren voor muzikale en interdisciplinaire evenementen.



Daarnaast bestaat het programma van seizoen 2 o.a. uit clubavonden (40nightlife), een International Women's Day Weekender, digiTONE concertreeks (40concerts), een podcast serie i.s.m. Subbacultcha, de Perzisch/Koerdische nieuwjaarsviering Nowruz, 40talks rond micropopcultuur met o.a. Perdu en 40exhibitions met kunstenaars als Baby Reni en Sena Kirfa.

Naast de EU40 seasonal weekender in seizoen 3 bestaat het programma o.a. uit diverse clubavonden (40nightlife), digiTONE concertreeks met o.a. Zulu Green en Bnnyhunna, 40connects met platforms als Glamcult en Echobox, 40concerts met Sophie Straat, 40talks met Sexmatters, een feminist writing workshop met Emma van Meijeren, Koerdische diaspora filmmakers in Nederland zoals Nooshin en Kourosch met programma rondom 'Women, Life, Freedom' en 40exhibitions met kunstenaar Roxanne Mbanga. Zie programma in bijlagen voor volledig overzicht.

Daarnaast is er ook sprake van overig programma dat niet direct gelinkt wordt aan het thema van het seizoen maar wel direct aansluit bij de visie en missie van Kanaal40. De programma's worden afwisselend gecureerd in samenwerking met derden die het manifest40 onderschrijven en hiermee binnen hun programmering streven naar dezelfde radicale gelijkwaardigheid als Kanaal40. Voor een totaaloverzicht van het volledige programma zie bijlagen.

Binnen seizoen 2 en 3 staat ook staat het verder bouwen aan concept Kanaal40 centraal, zowel artistiek-inhoudelijk als vanuit een marketing en communicatie oogpunt. Door zowel digitaal als fysiek nieuwe verbindingen aan te gaan, starten we nieuwe (inter)nationale samenwerkingen op en onderzoeken tegelijkertijd hoe Kanaal40 de culturele infrastructuur het beste mede kan vormgeven.

## **POSITIONERING & DOELGROEP**

Binnen het culturaanbod in Amsterdam neemt 40Worldwide Foundation een duidelijke positionering in doordat het micropopcultuur faciliteert en een combinatie biedt van mainstream en underground. 40Worldwide Foundation wil door micropopcultuur verder te ontwikkelen een nieuwe bijzondere muziek- en beeldtaal presenteren. Het is voor 40Worldwide Foundation een uitdaging hoe het deze verschillende vormen inhoudelijk, visueel, en op een gelaagde, toegankelijke maar ook onderscheidende manier kan laten samenkomen.

Met Kanaal40 krijgt het centrum voor het eerst sinds 2019 weer een ruimte die actief bouwt aan een netwerk van gelijkgestemde cultuurmakers. Door unieke samenwerkingen aan te gaan streeft 40Worldwide Foundation ernaar ruimte te bieden die in het bijzonder uitnodigend, herkenbaar en inspirerend is voor queer personen, personen van kleur, personen met een biculturele identiteit en personen met een migratieachtergrond. Dit is een positionering die 40Worldwide Foundation te weinig gerepresenteerd ziet in het Amsterdamse cultuurveld. Vanuit deze positionering wil 40Worldwide Foundation – door met een open blik vragen te stellen rondom micropopcultuur – muzikaal, beeldend en cultureel invulling geven aan de geformuleerde missie en visie.

40Worldwide Foundation wil kritische analyse en reflectie bieden binnen het Amsterdamse cultuurveld en debat actief aanjagen en faciliteren. 40Worldwide Foundation wil als aanjager en verbinder een divers publiek meevoeren in urgente politieke, sociale en maatschappelijke discussies. Hierbij wordt ook direct de verbinding gezocht met het (inter)nationale veld, creative communities, artiesten en cultuurmakers die zich agetrokken voelen tot een progressieve, vrije en experimentele manier van denken en werken.

De relevantie van 40Worldwide Foundation binnen het cultuurveld wordt hiermee gedefinieerd op basis van verdieping, verbreding,



experiment en critical thinking. Hoe kunnen we zowel de mogelijkheden van micropopcultuur inzetten maar er tegelijkertijd ook op reflecteren? Hoe kan een muziek- en beeldtaal een brug vormen tussen verschillende gemeenschappen en intersectionele problematiek? Op welke manieren kunnen makers betekenisvolle gesprekken en nieuwe perspectieven laten ontstaan in relatie tot publiek? En hoe kan een BIPOC- of queerperspectief gevormd door biculturele identiteit en de geleefde ervaring van migratie leiden tot nieuwe inzichten en culturele uitingen.

### **PLANNING & TARGETS (2023-2025)**

1. Op basis van het samengestelde programma schat de organisatie - mede door de unieke locatie in de binnenstad van Amsterdam - het verwachte publieksbereik in 2023 op 25.460 betalende bezoekers.
2. Voor de periode 2023-2025 wil de organisatie minimaal 400 dagen cultuurprogramma realiseren, bestaande uit minimaal 150 verschillende internationale artiesten en makers, verdeeld over minimaal 8 fysieke locaties en minimaal 10 verschillende culturele disciplines. Opgedeeld in 12 seizoenen van 3 maanden met ieder een eigen thema dat zich duidelijk verhoudt ten opzichte van het streven naar radicale gelijkwaardigheid.
3. Voor de periode 2023-2025 wil de organisatie een optimaal functionerende website met mediaspeler realiseren met daarop minstens 40 verschillende culturele gastcuratoren – waarvan minimaal 25 internationaal – die ieder minimaal 10 afspeellijsten aanleveren voor minimaal 100.000 unieke online bezoekers per jaar, verdeeld over minimaal 30 verschillende landen.
4. Binnen de periode 2023-2025 ziet de organisatie graag minimaal 4 fysieke 40-franchises verdeeld over minimaal 4 continenten die ieder minimaal 50 culturele programma's per jaar programmeren en samen minimaal 150 culturele programma's op jaarbasis met elkaar hebben uitwisselen.

### **TOELICHTING FINANCIËN**

Met seizoen 2 en 3 zet Kanaal40 actief in op publieksparticipatie en coproductie met andere organisaties, waarbij het een brug wil slaan naar zowel doelgroep als community. Het programma wordt gerealiseerd dankzij bijdragen uit publieke (Amsterdams Fonds voor de Kunst: €30.000) en private fondsen (Fonds 21: €15.000, Cultuurfonds: €15.000 en VSBfonds: €15.000). Dit betekent dat Kanaal40 naast verwachte inkomsten eigen middelen zal inzetten voor o.a. personeelskosten, huurkosten, materiaalkosten en uitvoeringskosten, honoraria, werk- en reisbudget, marketing en communicatie om dit festivalprogramma te realiseren.

De projectbegroting is opgesteld met een aantal zwaartepunten zoals personeelskosten, uitvoeringskosten en honoraria. Met name voor uitvoering gaat een groot deel van de middelen naar ontwikkeling, honoraria en technische realisatie en uitvoering. De talks vormen een publieksprogramma waarbij de organisatie een breed publiek aanspreekt met de thema's die Kanaal40 aan het hart gaan. Overige programma's ziet Kanaal40 als makkelijker te implementeren onderdelen, waarbij met name inhoudelijke contextualisering van belang is is.

Van de €75.000 verkregen subsidie zal 60% naar programma en 40% naar overhead gaan. Met meer budget voor overhead kunnen we beter inzetten op marketing waardoor er meer tickets verkocht zullen worden. Met meer programma en betere marketing kan 40Worldwide Foundation ook meer omzet generen. Hiermee kunnen we resterend overhead dekkend krijgen. Met de te verkrijgen subsidie en extra financiële middelen zijn we in staat om 40nightlife (2 per week), 40concerts (3 concerten per week), 40exhibitions (1 kunstexpositie per week) en 40talks (1 panel per week) programma te verwezenlijken. Voorheen bleef dit gereduceerd tot enkel 40nightlife (2x per week) en 40concerts (1x per maand). Het project beslaat in totaal 48 clubavonden, 72 concerten, 24 talks en 24 exposities.



### **Directe programma inkomsten**

De gemiddelde entreprijs wordt voor seizoen 2 en 3 gereduceerd van €12,50 euro naar €11 euro. Dit om de toegankelijkheid voor een alternatief experimenteel programma te vergroten en meer bezoekers aan te trekken. De verwachte bezoekersaantallen zijn vastgesteld op 145 per clubavond, 60 per concert en 25 per talk, de verwachting is dat dit hoger uit gaat vallen. In totaal gaat het om 12.730 betalende bezoekers voor de projectperiode. De horeca inkomsten komen voort vanuit een 15% omzet afdracht van alle horeca verkopen van de bar in de club tijdens het programma van Kanaal40. De directe programma gerelateerde inkomsten dekken voor +/- 56% de totale kosten voor het project Seizoen 2 & 3.

### **Subsidies en eigen bijdrage**

De eigen bijdrage vanuit Kanaal40 B.V. betreft €33.000. Deze komt tot stand vanuit de jaarlijks gebudgetteerde bijdrage van Kanaal40 B.V. aan de organisatorische kosten van Stichting 40Worldwide Foundation (€66.000 euro). Deze bijdrage vloeit voort uit 99% van de geprognosticeerde winst van Kanaal40 B.V. Met aftrek van deze eigen bijdrage dekt de gecombineerde subsidieaanvraag van €75.000 voor zo'n 30% de lasten voor het realiseren van project Seizoen 2 & 3.

### **Personeels en bedrijfslasten (voorbereiding)**

De personele lasten beslaan de lonen voor de artistiek leiding/directie, programma- en marketing & communicatie medewerkers die werken aan het project Seizoen 2 & 3. De artistiek leider (Moktar Nabil) werkt 38 uur per week, Bram Owusu (hoofd programma) 19 uur per week, Hala Naber (programmeur) 24 uur en de marketing & communicatiemedewerker 27 uur per week.

Aangezien dit project de grens overschrijdt van €125.000 is er €3.500 gereserveerd voor een accountantscontrole. Overige kosten die worden gemaakt zijn de kosten voor het gebruik van de ruimtes. Het podium van Stichting 40Worldwide Foundation wordt van N.V. Zeedijk gehuurd tegen culturele vierkante

meterprijzen en betreffen zo'n €2.000 euro per maand.

### **Programma lasten**

Met de verkregen subsidie kan het programma budget van 40nightlife van €800 per avond verdubbeld worden naar gemiddeld €1.600 per avond. Hier vallen zowel artiesten gages alsmede reis- en verblijfkosten onder. Een verruiming van dit budget vrijwaard Kanaal40 ook van de blijvende vraag aan artiesten om hun gages gereduceerd aan te bieden en kan het hiermee voldoen aan de Code Fair Practice en de Richtlijn Kunstenaarshonoraria.

### **Personeelslasten (programma gelieerd)**

Hieronder vallen de kosten voor Paula Mollá (technische productiemedewerker) alsmede Matteo Rijnen (club manager). Eveneens kosten voor de beveiliging voor alle avonden. De beveiligingskosten worden gedeeld met Kanaal 40 B.V. (50%). Overige personeelskosten betreffen extra benodigd technisch personeel voor bv. concerten, er is nu €1.000 euro per maand voor gereserveerd.

N.B.: Vanuit de eerder beschreven organisatorische transitie, structurering en professionaliseringsslag staat Kanaal40 B.V. garant voor overheadkosten die, bijvoorbeeld door lager uitvallende kaartverkoop, onverhoopt niet gedekt kunnen worden door Stichting 40Worldwide Foundation.



## ORGANISATIESTRUCTUUR

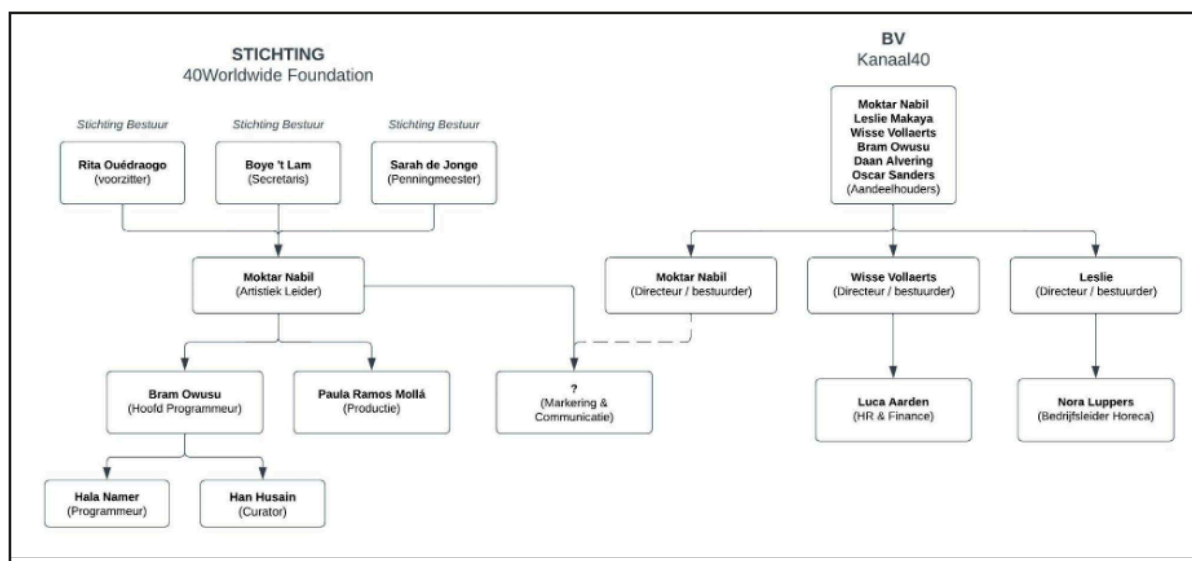
Kanaal40 is op organisatorisch niveau een samenwerking tussen Stichting 40Worldwide Foundation, Kanaal40 B.V. bestaande uit het restaurant, bar en podium. Cafe40 huisvestigt in een ander pand (Beursplein 1) wat gratis toegankelijk is. Cafe40 is niet toegankelijk via de ingang of het pand van Kanaal40 en geniet ook op geen enkele wijze van bezoekersaantallen of uitvoerend programma wat daar wordt gerealiseerd. Om deze reden wordt deze entiteit buiten beschouwing gelaten. Er bestaat een koppeling in naam ('40'), omdat de organisatie het belangrijk dat er een gratis toegankelijke ontmoeting- en uitwisseling plek bestaat voor de makers en bezoekers van Kanaal40.

De overige entiteiten vallen binnen Kanaal40 en worden binnen hetzelfde pand gerealiseerd (club40, bar40 en restaurant40). Stichting 40Worldwide Foundation realiseert de artistiek-inhoudelijke projecten (programma zowel online alsmede offline), Kanaal40 B.V. biedt ondersteuning op het gebied van horeca, HR en personeelszaken en exploiteert het restaurant / bar.

De reden van deze splitsing is evident. Het uitbaten van horecaondernemingen (o.a.

restaurant) benodigd een totaal andere bedrijfsstructuur dan een podium. Daarnaast moet Stichting 40Worldwide Foundation vrij kunnen opereren van de doelstellingen van het restaurant. Het winstpotentieel van het restaurant is met een krappe 40 couverts (10-15 tafels) zeer beperkt, echter wordt de gegenereerde winst van Kanaal40 B.V. (horeca verkopen bar + restaurant) voor het overgrote deel gebruikt als bijdrage aan de operationele kosten van Stichting 40Worldwide. Zo dient de winst van Kanaal40 B.V. het algemene belang van Kanaal40. Deze splitsing tussen horeca en programma is niet ongebruikelijk in de culturele sector. Denk aan de Tolhuistuin in Amsterdam Noord of het voormalige MC Theater in het Westerpark. Zie voor meer toelichting Code Governance. Deze projectaanvraag heeft alleen betrekking op activiteiten van Stichting 40Worldwide Foundation en hebben geen betrekking op de activiteiten van Kanaal40 B.V. dan wel Cafe40 B.V.

Om belangenverstreming te voorkomen is 40Worldwide Foundation ingericht met het bestuursmodel: een onafhankelijk driekoppig bestuur (onbezoldigd) bestaande uit voorzitter Rita Ouédraogo (curator Bureau Stedelijk), secretaris Ruby Faber (directieassistent Nxt Museum) en penningmeester Sarah de Jonge





(zakelijk directeur Het Hem). Het bestuur neemt de besluiten en verstrekt toestemming voor het uitgeven van financiële middelen aan de artistiek leider/directeur.

De artistiek leider (Moktar Nabil), betaald vanuit 40Worldwide Foundation, is beperkt tekenbevoegd, dit aangezien hij ook aandeelhouder/bestuurder is van Kanaal40 B.V. Zijn rol als bestuurder binnen Kanaal40 B.V. beslaat het overzien van de marketing & communicatie binnen Restaurant40 en Bar40. Aangezien alle entiteiten vanuit een overkoepelende creatieve missie en visie opereren is het belangrijk dat er op bestuursniveau in Kanaal40 B.V. een toezichthouder is om dit te waarborgen. Op basis van een urenregistratie wordt maandelijks vastgesteld dat er geen dubbele uitkering van salaris plaatsvindt en overlap / conflict van werkzaamheden.

De programmeur en overig personeel (marketing & communicatie en productie & techniek) worden betaald vanuit 40Worldwide Foundation en zijn niet tekenbevoegd en zijn geen aandeelhouder van Kanaal40 B.V. Kanaal40 B.V. verleent administratieve ondersteuning in de vorm van payroll services en financiële administratie aan Stichting 40Worldwide Foundation. Om belangenverstrengeling te voorkomen, wordt deze administratie geverifieerd middels het verstrekken van een derde verklaring door een onafhankelijke accountant. Bij het toelichten van de Code Governance zullen wij meer inzage bieden in de scheiding tussen Stichting 40Worldwide Foundation en Kanaal 40 B.V.

## **TEAM**

Het team achter de 40Worldwide Foundation bestaat voor een groot deel uit de initiatiefnemers van Garage Noord. Na vijf jaar Garage Noord is er een breed en internationaal netwerk opgebouwd aan artiesten en kunstenaars maar ook samenwerkingspartners zoals culturele instellingen en collectieven. Garage Noord vormt sinds vijf jaar een belangrijke pijler in het Amsterdamse culturele nachtleven. Met een restaurant en twee

clubzalen biedt Garage Noord een breed aanbod aan concerten, clubavonden, exposities en andere vormen van podiumkunsten. Hiermee draagt de plek bij aan de verbreding van het experimentele (muzikale) geluid binnen de nachtcultuur, zoals ook wordt onderstreept in de nachtvisie van de Gemeente Amsterdam. Daarnaast zet Garage Noord zich in voor de ontwikkeling van nieuw cultureel talent en biedt het onderbelichte kunsten een platform. Garage Noord is klein begonnen, maar inmiddels weten gemiddeld 1200 bezoekers per week hun weg naar de club te vinden, en zit de mailbox vol met jonge makers, projecten en merken die hard op zoek zijn naar een plek die bij hen past.

Garage Noord heeft een breed netwerk aan organisaties opgebouwd waarmee ze de afgelopen jaren hebben samengewerkt, die mogelijk zowel inhoudelijk als financieel kunnen bijdragen. Een selectie: Amsterdam Museum, Amsterdam Dance Event, Paradiso Amsterdam, Cinekid, Patta, Dance with Pride, Red Light Radio, Dekmantel Festival, Metro54, DOC Jongerenwerk, Resident Advisor, Rush Hour, Sandberg Instituut, Echobox Radio, Sexyland World, Eye Filmmuseum, Spielraum, Sex Matters, Gerrit Rietveld Academie, Stedelijk Museum, Het Hem, Subbacultcha, The Rest Is Noise, Is Burning, Top Notch, Unfair Amsterdam, We Are Public, Radio AlHara en Mokum Kraakt.

## **Artistiek leider**

Moktar Nabil (Amsterdam, 1994) is sinds 2015 actief als cultureel ondernemer binnen het Amsterdamse nachtleven. In 2017 richtte hij nachtclub Garage Noord op waarvoor hij tot 2022 als creatief directeur verantwoordelijk was voor de conceptuele ontwikkeling, de inhoudelijke koersbepaling en de marketing. Het afgelopen jaar heeft Nabil zich bezig gehouden met de conceptuele ontwikkeling van het merk 40 wat heeft geleid tot de oprichting van Café40, Kanaal40 en nu 40Worldwide Foundation. Nabil is de schakel tussen het zakelijke en het inhoudelijke van 40Worldwide Foundation.





### **Hoofd programma**

Bram Owusu (Amsterdam, 1991) is sinds 2015 actief als programmeur in het Amsterdamse nachtleven. Van 2015 - 2017 losse evenementen o.a. in Paradiso, de Tolhuistuin en Pacific Parc Amsterdam. Sinds 2017 als vaste programmeur in Garage Noord en sinds 2022 als vaste programmeur in Kanaal40. Mede eigenaarschap in Garage Noord en Kanaal40 heeft gemaakt dat verantwoordelijkheden niet beperkt bleven bij programma's maken, maar ook altijd lagen bij de productie van evenementen en de marketing ervan. Er sprake is van een uitgebreid netwerk aan makers en professionals in binnen en buitenland.

### **Programmeur**

Hala Namer (Damascus, 1993) is een Amsterdamse kunstenaar, curator, dj, programmeur, geluidsontwerper, met een achtergrond in performance van het Institute of Dramatic Arts in Damascus. Ze heeft een bachelor in beeldende kunst en design behaald aan de Gerrit Rietveld academie en rondt momenteel haar master af aan het Sandberg instituut. Hala's praktijk is het hanteren van fictieve vertellingen en het verwoorden van collectieve herinneringen, ontleend aan geschiedenis, natuur, methodologie en popcultuur door middel van samenwerking op het gebied van geluid, bewegend beeld en performance.

### **Curator**

Han Husain (Shakalah, 1996) is derdejaars bachelor student in European Studies aan de UvA, met een major in European Law en Italiaanse taalvakken. Han is initiatiefnemer van het European Debate Initiative', een studenteninitiatief dat gericht is op het organiseren van paneldebatten, interviews en colleges met mensen uit het veld. Zo heeft hij verschillende academici, politici en beleidsmakers geïnterviewd voor publiek. Hiernaast werkt hij als barman en manager in Café40.

### **Producer**

Paula Ramos Mollá (Santa Cruz de Tenerife, 1994) is onderzoeker, schrijver, producent en curator, gevestigd in Amsterdam en Madrid.

In 2021 rondde ze haar Research Master Filosofie aan de Universiteit van Amsterdam af. Vanaf 2020 is ze werkzaam bij Garage Noord als hoofd productie waar ze zorg draagt voor de coördinatie van zowel off-site als on-site producties. Ze heeft ook deelgenomen aan de productie en curatie van verschillende tentoonstellingen, waaronder (In) Tangible World: Postdigital Corporeality, The Clemente Center, NYC, USA (2022) en COLAPSO, TEA, Santa Cruz de Tenerife (2022).

Marketing- en communicatiemedewerker Functie wordt momenteel ingevuld door Tal Goldstein maar de organisatie is vanwege langdurig verzuim ten tijde van indiening nog op zoek naar geschikte vervanging.

### **GOVERNANCE CODE**

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. volgen de acht principes voor goed bestuur en goed toezicht van de Governance Code Cultuur. Op het gebied van kwaliteitszorg, transparantie en verantwoording zetten 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. de code in als praktisch instrument voor goed bestuur en toezicht op het proces van beleidsontwikkeling tot uitvoering van de activiteiten en het afleggen van verantwoording op een open, professionele en zorgvuldige manier.

40Worldwide Foundation en Kanaal 40 B.V. hanteren een bestuursmodel waarin de volgende personen zitting hebben: Rita Ouédraogo (voorzitter), Ruby Faber (secretaris) en Sarah de Jonge (penningmeester). De statuten sluiten aan bij de code. Het onafhankelijk driekoppig bestuur is onbezoldigd en volledig verantwoordelijk voor het functioneren en de resultaten van de stichting. De leden van het stichtingsbestuur zien toe op een goede uitvoering hiervan. De leden zijn allen onafhankelijk en handelen integer. Het bestuur en de artistiek leider vergaderen gemiddeld twee keer per jaar. Daarnaast zijn er extra overleggen met betrekking tot specifieke thema's zoals bijvoorbeeld de financiën. Het bestuur is samengesteld uit professionals met verschillende achtergronden, deskundigheden en



netwerken waardoor een brede input voor de organisatie gewaarborgd is. De directeur, het functioneren en de resultaten van de organisatie behoren tot de gezamenlijke verantwoordelijkheid van het onafhankelijk en onbezoldigd driekoppig bestuur.

De samenwerking tussen 40Worldwide Foundation en Kanaal 40 B.V. heeft een sterke governance structuur. Zoals eerder gesteld waarborgt het onafhankelijke bestuursmodel de besluitvorming binnen 40Worldwide. De inkomsten/financiën zijn als volgt gestructureerd: Alle programma gerelateerde inkomsten (ticketing & lockers) komen per saldo van 40Worldwide Foundation. Horeca inkomsten die worden gegenereerd middels de bar in 40Club tijdens programma van 40Worldwide Foundation wordt door Kanaal40 B.V. 15% afgedragen aan 40Worldwide Foundation. Alle kosten gelieerd aan de verkoop van horeca producten (inkoop horeca, personeel- en transactiekosten) worden door Kanaal40 B.V. gedekt. Aangezien dit percentage gekoppeld is aan de omzet en niet aan de winst geniet Kanaal 40 B.V. een te verwaarlozen voordeel bij hoge bezoekersaantallen, en dekt Kanaal 40 B.V. middels de 15% afdracht indirect het verlies aan de horeca kant.

Buiten de horeca afdracht draagt Kanaal40 B.V. in 2023 16.000 euro bij om de organisatorische kosten van 40Worldwide Foundation te dekken. Dit bedrag staat nagenoeg gelijk aan de geprognosticeerde winst van Kanaal40 B.V. voor 2023 gegenereerd door Restaurant40 en Bar40. De winst van Kanaal40 B.V. dient voor meer dan 95% het algemene belang van Stichting 40Worldwide Foundation. Overige gedeelde kosten voor beveiliging, marketing & communicatie worden naar rato verdeeld. De boekhouding en jaarcijfers van Stichting 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. worden jaarlijks onderworpen aan een onafhankelijke accountantscontrole middels een derdenverklaring.

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. waarborgen de principes van Good Governance Cultuur door middel van

gestructureerde evaluatie en bijstelling, zowel door de leden van het stichtingsbestuur onderling als in overleg met de artistiek leider en het bestuur. Ook zijn 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. transparant over bezoldiging en nevenactiviteiten door hiervan melding te maken op de website en in het jaarverslag.

## **FAIR PRACTICE**

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. onderschrijven de Fair Practice Code en met name de code Fair Pay. 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. zijn goed op de hoogte van de vergoedingen in de culturele sector en hoe die doorgaans niet in verhouding staan met het werk dat wordt geleverd. 40Worldwide Foundation spant zich daarom in om artiesten en medewerkers fatsoenlijk te betalen. In de Meerjarenbegroting 2023-2025 handhaven 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. daarom de tarieven uit de Richtlijn Kunstenaarshonoraria.

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. vinden eerlijke beloning van artiesten, medewerkers, vrijwilligers en stagiairs zeer belangrijk. Bij ieder programma of tentoonstelling wordt op basis van de daarvoor beschikbare calculator het kunstenaarshonorarium bepaald. De Fair Practice Code wordt ook toegepast op de behandeling en beloning van personeel, vrijwilligers en stagiairs (loondienst, freelance of anderszinds). De Fair Practice Code en andere bestaande richtlijnen en checklists binnen de culturele sector dienen als handvaten voor een actief beleid en het maken van goede werkafspraken over honorering, werkomstandigheden, verzekering, auteursrecht etc. Elke nieuwe (tijdelijke) (arbeids)relatie wordt beoordeeld op eerlijke praktijk en redelijke vergoedingen, in relatie tot de omvang van de organisatie en de taak van degene die deze uitvoert. Contracten worden getoetst en waar nodig herzien.

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. hanteren een vastgesteld personeelsreglement waarbinnen de cao van de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) wordt gevolgd.



40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. hebben een actieve ondernemingsraad en een vrijwilligersplatform waarin de vrijwilligers zijn vertegenwoordigd. In samenspraak met deze overlegorganen wordt het personeelsbeleid vormgegeven. Voor de ambities op dit gebied verwijzen 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. naar het Meerjarenbeleidsplan 2023-2025.

De artistiek leider en programmeur, die in de huidige situatie ook administratieve, redactionele, (een deel van de) marketing- en productietaken voor hun rekening nemen, ontvangen het aanbevolen minimumtarief. De komende jaren willen 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. investeren in een eerlijkere beloning maar vooral ook een eerlijkere verdeling van taken. Om dat te bewerkstelligen willen 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. parttime medewerkers met een ZZP-overeenkomst aannemen voor de administratie, marketing en productie. Deze zullen volgens het aanbevolen minimumtarief worden beloond. De artistiek-leider en programmeur zullen in de periode 2023-2025 een vaste parttime dienstbetrekking krijgen, met een beloning volgens de Fair Pay-richtlijnen. In de Cultuurplanperiode 2025-2028 zullen de functies uitgroeien naar een fulltime-aanstelling, zodat ook deze geheel in overeenstemming is met de Fair Practice Code. Overig personeel ontvangt in de Meerjarenbegroting 2023-2025 het aanbevolen minimum honorarium.

## **CULTURELE DIVERSITEIT**

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. onderschrijven de Code Culturele Diversiteit. De programma's en tentoonstellingen van 40Worldwide Foundation zijn vanuit hun aard divers en inclusief. 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. vinden het belangrijk kunst, cultuur, muziek en geschiedenis vanuit verschillende perspectieven te presenteren en daarbij ruimte te bieden voor meerstemmigheid. 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. willen een platform zijn waarin iedereen zich welkom voelt. Vanuit deze visie onderschrijven 40Worldwide Foundation en

Kanaal40 B.V. de Code Culturele Diversiteit: meerstemmigheid in de breedste zin van het woord is geen uitzondering, maar regel. Tegelijkertijd zijn 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. zich bewust van hun beperkingen en dat ze altijd zoekende en lerende zijn op dit gebied.

De vier principes uit de code (visie, beleid, lerend vermogen en toezicht & verantwoording) hanteren 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. als leidraad om overwogen en bewuste keuzes te maken. Het gaat om het maken en laten van ruimte voor andere denken en zienswijzen op ieder niveau: van bestuur tot organisatie, van de programmering tot het publieksbereik en de keuze van partnerships. 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. hebben veel aandacht voor diversiteit en inclusie op het gebied van publiek, programma, personeel en partners. Dit leidt tot concrete resultaten. De ambitie is nieuwe publieksgroepen te blijven bereiken door inclusief te communiceren; meerstemmig te programmeren, intensief samen te werken met gastcuratoren en beweegredenen te onderzoeken. Hiertoe werken 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. samen met verschillende organisaties met betrekking tot specifieke doelgroepen binnen en buiten de culturele sector waardoor het nieuwe kennis en expertise opdoet. 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. ontwikkelen 'learning by doing'. Een open houding, zoals beschreven in de code, van iedere betrokkene bij 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. zijn belangrijk.

40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. onderkennen dat zowel de Raad van Toezicht als de organisatie nooit voldoende diversiteit en inclusie in culturele, sociaal-economische, seksuele of religieuze achtergrond laat zien. Het wervings- en selectiebeleid van 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. worden om die reden steeds aangescherpt zodat dit resulteert in de aanstelling van nieuwe medewerkers en vrijwilligers met bijvoorbeeld een cultureel, seksueel of religieus diverse achtergrond. 40Worldwide



**worldwide  
foundation**

**Foundation en Kanaal40 B.V. willen recht doen aan diversiteit onder makers en publiek. Niet omdat het moet, maar omdat 40Worldwide Foundation en Kanaal40 B.V. dit als kracht en gedeelde verantwoordelijkheid beschouwen. Keuzes worden gebaseerd op kwaliteitsargumenten en als zodanig uitgedragen. Meerstemmigheid wordt zo een vanzelfsprekendheid en voorwaarde, een uitgangspunt voor alle geledingen.**